

# Molino Grassi: la filiera biologica gestita in rapidità con Si Fides

*La grande esperienza nel mondo food & beverage di Sinfo One consentono all'azienda di perseguire la qualità nell'acquisto delle diverse varietà di grano necessarie a soddisfare un pubblico sempre più attento ai prodotti bio.*

Intervista a Silvio Grassi, Amministratore di Molino Grassi

di Luca Bastia

La produzione biologica è il punto di forza di Molino Grassi, un'industria molitoria che trasforma il grano in farine e semole, ingredienti per prodotti da forno e per la pasta.

L'azienda è nata nel 1934 e ora la proprietà e la gestione è in mano alla terza generazione della famiglia Grassi. Molino Grassi attualmente conta su 52 dipendenti e sviluppa un volume di affari di circa 82 milioni di euro che si concentrano per circa il 60% nelle produzioni di farine biologiche, "ambito nel quale abbiamo una posizione importante, forse la più importante in Europa", afferma Silvio Grassi, Amministratore della società. L'azienda esporta per circa il 25% del fatturato, è la sesta azienda molitoria italiana per fatturato e la terza per capacità di export. I clienti di riferimento sono le industrie di prodotti da forno e le industrie pastarie,

ma anche il settore della panificazione artigianale e la grande distribuzione che oggi copre circa il 5% del fatturato, soprattutto con prodotti bio sia a marchio proprio sia del distributore.

Abbiamo incontrato Silvio Grassi che, rispondendo ad alcune nostre domande, ci ha raccontato quali sono le sfide che un'azienda come Molino Grassi deve affrontare e come una soluzione ERP può aiutarla a superarle.

## Quali sono le sfide che dovete affrontare?

Quello che ci differenzia dal mercato è l'aver cambiato il rapporto con la produzione primaria, con il mondo agricolo. Entrare nel mondo del biologico, 25 anni fa, ha significato iniziare a costruire insieme agli agricoltori delle filiere particolari, che rappresentano il nostro punto di forza; e una sfida futura è quella di concentrare

### SILVIO GRASSI

Silvio Grassi, nato a Parma nel 1956 e laureato in Economia e Commercio all'Università degli studi di Parma, ha un'esperienza trentennale nell'omonima azienda di famiglia, da ruoli impiegatizi al top management. Dopo un paio di anni in amministrazione nel 1986 prende in carico la parte commerciale, in particolare occupandosi delle vendite di semole di grano duro. Dal 1990 si occupa degli acquisti di materie prime, subentrando gradualmente in questa funzione al Presidente della società Gianni Grassi e del 2000 è Amministratore Delegato della Molino Grassi S.p.A., riunendo nella sua persona le funzioni di Direttore Generale, Direttore Amministrativo, Direttore Acquisti e Direttore Vendite Grano Duro e Estero. Principali responsabilità: Direzione generale, Direzione Amministrativa, Acquisti materie prime, Coordinamento rete vendita estero.



maggiormente la nostra quota di acquisti in acquisti di filiera, coinvolgendo direttamente dalla semina gli agricoltori che sono disponibili a produrre materie prime vegetali di non facile reperibilità sul mercato, dando valore alle produzioni made in Italy e a chilometro zero. Tutto ciò si trasforma anche in azioni di marketing, promuovendo un nuovo modo di produrre con relative proposte al consumatore anche in termini salutistici e nutrizionali. Su questi ultimi aspetti stiamo collaborando con la ricerca universitaria per aggiungere contenuti salutistici anche in relazione alla valorizzazione della tutela ambientale che arriva fino al consumatore. Infatti al nostro interno abbiamo un laboratorio che impegna sette persone che si occupano di controllo qualità e di ricerca di base, mentre per sviluppo delle novità viene delegato quasi interamente al mondo universitario, per poi tornare in azienda per la fase della messa in pratica.

Le nostre sfide sono prima di tutto mantenere questa diversità rispetto alla figura di un'azienda di prima trasformazione di una *commodity* di base come è il grano, trasformandola in *speciality*. Per fare questo dobbiamo cercare le specialità già nei campi, cercando di essere molto 'curiosi' nello sviluppo delle nuove varietà, ritornando anche addirittura ai grani antichi (nostra politica degli ultimi anni) cercando di coinvolgere anche agricoltori fedeli, cui garantiamo un reddito leggermente più alto, tanto da riuscire poi a trasferire una maggiore marginalità sui nostri prodotti. Questo funziona in Italia, ma anche all'estero.

L'altra sfida è quella di aumentare la quota di export portando questi valori aziendali in giro per il mondo.

Oggi c'è una risposta positiva soprattutto negli Stati Uniti, dove abbiamo aperto una nostra filiale con annessa pizzeria (a Manhattan), per portare un modo nuovo di fare la pizza partendo da una diversa produzione del grano grazie a un diverso rapporto con i produttori agricoli.

### **Pensate di portare questo modello anche in altri territori?**

Certamente dopo aver verificato i risultati della pizzeria PN aperta a Manhattan, New York, risultati che sembrano piuttosto incoraggianti, pensiamo di aprirne altre negli Stati Uniti e anche in altre parti del mondo.



*Impianto di macinazione*

La prima esperienza la stiamo facendo negli Gli Stati Uniti perché rappresentano uno dei territori più sensibili a queste tematiche, i consumatori a cui ci rivolgiamo sono molto attenti alle caratteristiche tecniche intrinseche del prodotto.

Il progetto della pizzeria PN prevede, infatti, un menu particolare che valorizza prima di tutto le farine alla base della pizza. Il cliente ha una scelta di otto diverse tipologie di farine bio per l'impasto, su questa base, successivamente, sceglie il condimento con cui caratterizzare la pizza (pomodoro, mozzarella, ...), ma può anche scegliere l'impasto 'nudo', facendosi preparare una focaccia.

### **Qualità, controllo di filiera e ricerca costante di innovazione sono punti fermi in un mercato come quello odierno. Come un sistema ERP riesce a supportare l'azienda nel perseguire questi obiettivi?**

L'ERP è importante prima di tutto perché abbiamo migliaia di fornitori, avendo un rapporto diretto con il mondo agricolo, non come altre aziende del settore che per gli acquisti si affidano a consorzi o trader. Questo rende necessaria una velocità di raccolta di tutti i dati per avere una corretta tracciabilità del prodotto, sia per la fase contrattualistica, indispensabile per mantenere legato un produttore che deve avere degli impegni ben definiti (noi forniamo il seme, semi di varietà particolari che abbiamo in esclusiva dal mondo della ricerca della genetica vegetale, e chiediamo che la produzioni ritorni esclusivamente a noi), quindi già nella fase di semina c'è la gestione contrattuale, poi la gestione dell'arrivo della merce e la consegna del prodotto lavorato. Trasformia-

mo tante varietà di grano tenero, tante di grano duro, biologico e non, i grani antichi, per cui abbiamo tante referenze sia in vendita sia in acquisto. Per questa ragione la gestione veloce di tutti i dati relativi ai prodotti è indispensabile per poter fare scelte rapide in termini di selezione dei fornitori e soprattutto di destinazione delle materie prime nei silos di stoccaggio. Inoltre il ricevimento della materia prima si concentra in un unico mese.

Questo può avvenire solo attraverso un sistema che ci consenta di raccogliere e gestire i dati molto rapidamente. Siamo partiti dal sistema Si Fides Food & Beverage di Sinfo One, aggiungendo poi alcune personalizzazioni data la particolarità della nostra azienda.

Bisogna tenere conto che nelle nostre lavorazioni il grano incide a livello di costo tra il 60 e il 70%. Da qui l'importanza di una corretta gestione di tutta la fase di acquisto, dal punto di vista contrattuale e di qualità. Dobbiamo sapere se il prodotto ricevuto va bene o no, se vanno applicati degli abbuoni, ecc. Tutto ciò funziona perché c'è un'ottima integrazione tra il sistema gestionale e la raccolta e gestione dati della qualità.

**Avete appena fatto l'upgrade all'ultima versione, release 7, di Si Fides. Quali sono gli elementi della nuova versione che ritiene importanti per voi?**

Contestualmente all'aggiornamento della release di Si Fides abbiamo fatto anche l'aggiornamento della Sales Force Automation. Questa è sicuramente la novità più importante, che ci permette la trasmissione ordini della rete vendita direttamente da device mobile. In Italia abbiamo circa una ventina di agenti monomandatari che si occupano dei produt-



La famiglia Grassi

tori di pane, cui garantiamo la consegna entro 48 ore dall'ordine. Si tratta di diverse decine di ordini al giorno, per cui è necessario elaborare con correttezza e in tempo reale gli ordini per poter organizzare le consegne ottimizzando la logistica. La nuova soluzione di trasmissione degli ordini online della rete vendita ci sta dando ottimi risultati, nella tempistica e nell'affidabilità della logistica.

**La collaborazione con Sinfo One dura da diversi anni. Quali sono le ragioni di un rapporto così consolidato?**

Di Sinfo One (con cui collaboriamo ormai da 12 anni) ci ha colpito la specializzazione nel mondo del food e questo sicuramente aiuta a comprendere meglio quali sono i problemi del nostro settore industriale e a trovare le soluzioni adeguate in tempi ragionevoli. Sicuramente hanno inciso anche gli aspetti personali e il feeling che si è creato con la famiglia Pomi, con la quale abbiamo un rapporto molto amichevole. Ma quello che incide tanto in questo rapporto con noi che siamo tendenzialmente impreparati a gestire un sistema software e l'evoluzione del mondo digitale che viaggia a velocità molto superiori a quella della farina e del pane, è l'aver in Sinfo One un pool di persone, in particolare una persona di riferimento che ci segue da 12 anni e che ci ha sempre dato grande disponibilità ed è in grado di organizzare il lavoro dei nostri collaboratori interni. Una persona di riferimento che rappresenta una figura chiave importante, che fa sicuramente la differenza.

**MOLINO GRASSI S.P.A.**

**Fatturato 2015:** oltre 81 milioni di euro di cui 20 milioni estero  
Il fatturato derivante da prodotti bio è di circa 53 milioni  
Capacità annua 10mila tonnellate di prodotto trasformato (grano duro e grano tenero)

**53 dipendenti**

**CERTIFICAZIONI:**  
ISO 9001 Quality System; BRC – British Retail Consortium; IFS – International Food Standard; EDP – Dichiarazione ambientale di prodotto; GMP+; Kosher; Halal